



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS – CFCH  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO

## **O que é Notícia e não está na Pauta Apagamentos constitutivos na grande mídia**

Mariana Duba Silveira Elia

Rio de Janeiro  
2008



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS – CFCH  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO – ECO

## **O que é Notícia e não está na Pauta** **Apagamentos constitutivos na grande mídia**

Mariana Duba Silveira Elia

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. William Dias Braga, Doutor em Comunicação e Cultura, Professor-Adjunto, ECO-UFRJ.

Rio de Janeiro  
Dezembro de 2008

**O que é Notícia e não está na Pauta**  
**Apagamentos constitutivos na grande mídia**

Mariana Duba Silveira Elia

Orientador: Prof. Dr. William Dias Braga - UFRJ

Monografia submetida ao curso de Jornalismo da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Comunicação.

Aprovada por:

---

Orientador, Prof. Dr. William Dias Braga - UFRJ

---

Prof. Dr. Mohammed ElHajji – UFRJ

---

Prof. Ms. Paulo Roberto Pires – UFRJ

Rio de Janeiro  
Dezembro de 2008

ELIA, Mariana Duba Silveira.

O que é Notícia e não está na Pauta; apagamentos constitutivos na grande mídia/ Mariana Duba Silveira Elia. - Rio de Janeiro: UFRJ/ ECO, 2008.

51 f.: il.; 31 cm.

Orientador: William Dias Braga

Monografia (graduação) – UFRJ/ Escola de Comunicação/ Curso de Jornalismo, 2008.

Referências Bibliográficas: f. 50; 51.

1. Jornalismo diário. 2. Pauta. 3. Notícia. 4. Direito à informação. 5. Política editorial. 6. Hegemonia. I. Braga, William Dias. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Curso de Jornalismo. III. Título.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço muitíssimo ao meu orientador, William Braga, pela orientação e por tranquilizar-me nos momentos mais tensos desse percurso. Agradeço também a meus familiares e amigos por terem compreendido a angústia e o esforço de fazer um trabalho tão importante e tão caro a mim. Não poderia deixar de agradecer à equipe com a qual trabalho, em especial à minha coordenadora, Daniele Cajueiro, por ter aceitado meus atrasos na rotina de trabalho em nome da produção final desse texto. Não deixo de lembrar também todos os meus professores que me ensinaram a encontrar um caminho e compreender um pouco mais a sociedade em que vivemos e o ofício que quero seguir. Aos autores que li e segui em meu projeto, também meu muito obrigada.

ELIA, Mariana Duba Silveira. O que é Notícia e não está na Pauta: apagamentos constitutivos na grande mídia. Orientador: Prof. Dr. William Dias Braga. Rio de Janeiro, 2008. 95 p. Monografia (Jornalismo). Escola de Comunicação – UFRJ.

## Resumo

O trabalho tem por objetivo a análise dos processos de produção da informação, tendo como eixo central a primeira etapa desse processo, em que se decide o que é notícia. Abordamos as principais teorias da comunicação que tratam desse aspecto, configuradas no conjunto conhecido como *newsmaking*. A partir daí, retiramos as noções que norteiam o processo de construção de significado e de agendamento da sociedade pelo jornalismo. Em seguida, levantamos os temas veiculados na editoria “Rio” do jornal *O Globo* durante dois meses, a fim de identificar o que é considerado notícia para o jornal de maior circulação na cidade do Rio de Janeiro. Pretendemos assim refletir sobre os aspectos de noticiabilidade, questionando de que forma a sociedade é privada do conhecimento de temas ignorados pela grande mídia. Vemos que a especialização de assuntos, a “rotinização” da prática jornalística, a inserção dos jornalistas nos meios de decisão, como atores e não espectadores, a imprevisibilidade do objeto de trabalho — o fato — são alguns dos aspectos que colaboram para a limitação e repetição de temas. Procuramos enfim apresentar alternativas de abordagens, que alargam o espectro da noticiabilidade e da produção jornalística, a fim de garantir uma atuação mais completa e comprometida com o destino final, a sociedade.

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2. TEORIAS DE PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO.....</b>	<b>12</b>
2.1. Teoria do espelho.....	12
2.2. Teoria do <i>gatekeeper</i> .....	13
2.3. Teoria organizacional.....	14
2.4. Teoria da ação política.....	16
2.5. Teorias estruturalista e etnoconstrucionista.....	16
2.6. O <i>newsmaking</i> .....	19
2.7. Agendamento.....	20
<b>3. A CONSTRUÇÃO DA PAUTA.....</b>	<b>23</b>
3.1 A pauta, a noticiabilidade e os valores-notícias.....	26
3.2 As fontes.....	35
<b>4. OS TEMAS NA PRÁTICA – LEVANTAMENTO.....</b>	<b>37</b>
<b>6. CONCLUSÃO.....</b>	<b>48</b>
<b>7. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>50</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O estudo sobre a comunicação de massa teve início nos primórdios do século XX. As pesquisas em torno do jornalismo ganharam força no decorrer desse século, através de pesquisas de diversos teóricos de diferentes partes do mundo. Os primeiros trabalhos objetivavam analisar os efeitos da comunicação sobre os receptores, analisando eventos como o processo eleitoral, cobertura de guerra, entre outros. A prática de reportar acontecimentos data provavelmente do início das civilizações humanas, da aplicação da linguagem. O jornalismo propriamente dito tem origem difusa, alguns recorrem a gazetas de Veneza, as *letteri d'avisi*, no século XIII, outros creditam à invenção do tipo móvel de Gutemberg, no século XV (ainda que já tivessem criado modelo semelhante séculos antes na China), mas ganhou de fato importância e prestígio a partir da Revolução Francesa e, principalmente, a partir do século XIX.

A relação com a política sempre foi estreita e o caráter panfletário marcou seu progresso histórico, mas ao longo desses dois últimos séculos, o jornalismo ganhou autonomia e profissionalizou-se. Estudos acadêmicos e teóricos indicaram novos caminhos. Criou-se uma metodologia para a cadeia de produção de notícia, e um pensamento crítico permitiu que se abordassem questões importantes para uma prática profissional mais séria e comprometida com a sociedade e com a realidade. Em outro sentido, o jornalismo deixou de ser uma iniciativa individual ou de pequenos grupos que partilhavam de um mesmo interesse para se tornar uma prática empresarial, em que o funcionário — jornalista — devia seguir padrões e orientações de seu patrão, sob o título de linha editorial. Hoje em dia, é comum o dono do jornal não ser um jornalista, mas um empresário. Isso trouxe novas características aos modelos de produção.

A cadeia de produção da notícia tem por finalidade sistematizar um processo que conta com etapas interligadas e interdependentes: a pauta, a apuração e pesquisa, a redação, a revisão, a edição, a diagramação e formatação e, por fim, a impressão para publicação. Esse processo é denso e não há na prática uma divisão tão delimitada como se vê nos manuais. Na realidade, os jornalistas costumam ver o processo todo como uma prática natural, sem a preocupação de seguir um modelo pré-determinado. A sistematização tem função de organizar o trabalho em nome de um processo que se repete diariamente. E, claro, para fins de estudo e ensino. Cremilda Medina prefere inclusive denominar todo o processo de produção como edição, uma vez que desde o início da cadeia já se fazem escolhas e exclusões (MEDINA, 2004).



É raro, e hoje em dia é praticamente impossível, que essas etapas sejam realizadas por apenas uma pessoa. Nas grandes empresas, há um número na casa das centenas que participa de todo o processo. O importante a salientar é que, para um produto bem acabado e comprometido com a verdade (no sentido de relato fiel), a pluralidade e o consumidor final — a sociedade —, é necessário um encadeamento entre cada etapa. Dessa maneira, não há um processo mais importante do que outro, não podemos supor que a apuração seja mais relevante do que a redação, tampouco o inverso. Se há deficiência em uma, há enfraquecimento do produto, o que compromete tanto a credibilidade da empresa e dos seus funcionários quanto a sustentabilidade da própria profissão, meio de divulgação e de discussão dos fatos e acontecimentos de interesse da sociedade. Acima de tudo, há um comprometimento com a sociedade, que espera e precisa de um relato bem apurado e produzido.

O que vemos em trabalhos sobre o cotidiano do jornalismo que utilizaram a observação participante é que realmente há uma cooperação e um trabalho em equipe bastante coordenado, ainda que haja competição e desencontros vez ou outra (TRAVANCAS, 1993; VIZEU, 2005). Os jornalistas costumam confirmar esse espírito e dizer que a troca de informações até com profissionais de outras empresas (contanto não sejam os chamados “furos”, é claro) é freqüente.

Nesse trabalho, procuraremos abordar algumas questões concernentes ao momento de produção da notícia. Nosso interesse reside no início da cadeia produtiva, pois é quando se decide o que o leitor deve saber e como deve ser abordado esse assunto. Esse momento é crucial, pois há uma incontável quantidade de fatos e acontecimentos ocorrendo em nossa cidade, em nosso país e no mundo, de modo que escolher o que deverá preencher o espaço do jornal implicará a omissão da maior parte dos acontecimentos. Uma rápida observação nos principais jornais impressos e televisivos nos mostra, no entanto, que há um pequeno número de assuntos que são sempre abordados e que, independente do conglomerado empresarial, há um consenso do que deve ser tornado público. Apesar de um apelo à concisão e objetividade (dois termos tão caros no meio jornalístico), o que poderia sugerir uma maior vastidão de temas em um único jornal, vemos que há uma profusão de matérias sobre os mesmos temas, ainda assim sem uma profundidade possível e necessária. Mas não vamos abordar tudo de uma só vez. Começemos pela criação da notícia.

Segundo Ricardo Kotscho, a seção de pauta surgiu com o crescimento dos meios de comunicação de massa e a conseqüente burocratização da estrutura empresarial

(KOTSCHO, 2004). Sua função, segundo o jornalista, era organizar a cadeia produtiva, no entanto, essa segmentação também proporcionou comodismo por parte dos repórteres, que a partir de então não “precisariam” mais selecionar os assuntos a serem cobertos. Ainda que haja esse posicionamento por parte dos repórteres, a realidade é que sempre há uma inter-relação entre as etapas de produção, e todos os profissionais acabam por participar de cada um dos processos.

A pauta é o primeiro passo da produção jornalística. É a partir dela que se define o que é e o que não é notícia. Tradicionalmente, a pauta é montada para ser o esqueleto da matéria, orientando o repórter sobre quem entrevistar, onde pesquisar, aonde ir e que forma o texto final deve ter. Como o jornalista está sempre lidando com o tempo — este é simultaneamente seu maior inimigo e um dos argumentos de sua excelência —, muitas vezes, a pauta acaba sendo apenas o tema da matéria, e esses outros aspectos vão sendo elaborados no decorrer de outras etapas, com o repórter junto do diretor de redação e/ou do editor.

Para esmiuçar o processo e a importância da pauta dentro da cadeia de produção é necessário rever as principais teorias que tratam desse assunto. Essas formulações estão concentradas no que sinteticamente chamamos de *communication research*. A *communication research* analisa a comunicação inscrita na sociedade contemporânea, baseando-se na produção em massa e para a massa. Procuraremos descrever e analisar de forma sucinta, mas fundamentada, as teorias que concernem à produção da informação, para que possamos compreender como os principais pesquisadores e teóricos concebem a criação da notícia e o fazer jornalístico.

Não abordaremos com ênfase portanto as teorias que tratam dos efeitos da informação na sociedade, como a teoria hipodérmica, pois nesse momento nossa preocupação é a cadeia de produção da informação, em especial, a decisão do que é notícia.

Com as teorias da *communication research* em mente, apresentaremos os critérios de noticiabilidade, valores-notícia e fragmentação da informação, a fim de compreender como se estrutura a construção da notícia. Utilizaremos como base o estudo do teórico e professor italiano Mauro Wolf, que em seu livro *Teorias da comunicação de massa* (recentemente lançado por uma editora brasileira, embora a primeira edição italiana seja de 1985) elabora um apanhado e uma análise dos estudos de mídia ao longo do século XX; o estudo do professor português Nelson Traquina, além do trabalho de pesquisadores e jornalistas fundamentais, como Ricardo Kotscho,

Nilson Lage e Alfredo Vizeu. Em seguida, detalharemos a abordagem dos manuais de redação de empresas jornalísticas em relação à pauta, para tentar compreender como os jornalistas organizam essa etapa da produção.

A partir daí, analisaremos a questão objetivamente, com o levantamento dos temas publicados na Editoria Rio do jornal *O Globo*. Escolhemos esse veículo por ser o de maior circulação no Rio de Janeiro, por ter aí sua principal equipe, o que garante uma maior cobertura da cidade, e por possuir uma estrutura de trabalho que garante uma produção abrangente e variada. Nossa escolha pela Editoria Rio teve por critério sua função, ou seja, por estar inserida no conceito mais genérico de “geral”, cujo conteúdo das matérias diz respeito ao dia-a-dia da cidade e do estado, o que indica um maior número de temas de pauta.

Verifica-se que o tráfego de informações não segue uma diversidade heterogênea e democrática. Há um envio por parte de grandes agências internacionais, geralmente oriundas dos países mais ricos, de um grande número de notícias prontas que constitui a agenda das empresas jornalísticas de países ditos do “Sul”. Dentro destes, um pequeno número de veículos de comunicação detém o direito de pautar o que vai ser publicado e de entrar nos locais para cobertura jornalística. Nas mãos de poucos, a seleção de assuntos e eventos fica marcada pela repetição e limitação temática, em nome da consonância de interesses com as classes mais abastadas e os pólos de decisão. Analisar de que modo se dá essa seleção pela grande mídia é nosso objetivo, a fim de que possamos levantar opções alternativas à limitada tematização que ocorre atualmente.

## 2 TEORIAS DE PRODUÇÃO DA INFORMAÇÃO

De acordo com Mauro Wolf, as pesquisas em torno dos emissores de informação seguiram um padrão linear e progressivo (WOLF, 2005). Além disso, a abordagem se limitou basicamente ao tipo sociológico, tendo como base o questionário, observação e metodologias similares. Ao contrário das pesquisas sobre efeitos da comunicação de massa, que se limitavam a uma situação específica da comunicação (muitas vezes, a cobertura eleitoral), o *newsmaking* se ocupa do processo cotidiano de produção, analisando períodos extensos do trabalho jornalístico. Trataremos das teorias do espelho, do *gatekeeper*, teoria organizacional, política, etnoconstrucionista e estruturalista. Outras teorias que tiveram menos repercussão não são mencionadas, por acreditarmos que essas de que tratamos trazem os argumentos fundamentais para a compreensão do estudo do *newsmaking*.

### 2.1 Teoria do espelho

A primeira delas é a teoria do espelho, que fundamentou por muito tempo o imaginário popular de que o jornalista retrata, de maneira pura e direta, a realidade. De fato, essa compreensão ainda sustenta o ensino do jornalismo nas escolas superiores e integra a compreensão da profissão por parte da sociedade. Essa teoria surgiu no século XIX, quando o jornalismo começava a se caracterizar como “de informação”, ou seja, distanciava-se de um propósito panfletário, opinativo. Ao longo dos anos 1930 e 1940, nos Estados Unidos, essa teoria ganhou fôlego com o surgimento do conceito de objetividade (TRAQUINA, 2001).

Dentro dessa perspectiva, o jornalista deve ser desinteressado, procurando narrar um acontecimento apenas por seus fatos em sua forma mais pura. Da mesma forma que creditaram à fotografia o meio mais fiel de reprodução da realidade, assim o fizeram com o jornalismo, que deveria transmitir sem desvios e interpretações os fatos ocorridos. Compreendeu-se posteriormente que não há como dissociar de qualquer produto derivado do homem a sua subjetividade, de modo que o olhar do fotógrafo

determina a abordagem daquela realidade, dando-lhe nova vida e interpretação.<sup>1</sup> Nesse mesmo caminho, a matéria jornalística não estará nunca destituída de opinião, de ponto de vista, uma vez que a palavra é signo ideológico sempre. De acordo com Bakhtin, “*a palavra é o fenômeno ideológico por excelência*. A realidade toda da palavra é absorvida por sua função de signo” (BAKHTIN, 1992:36). E Nilson Lage complementa: “As grandes e pequenas questões da ideologia estão presentes na linguagem jornalística, porque não se faz jornalismo fora da sociedade e do tempo histórico” (LAGE, 2002:42). Ainda na comparação com a fotografia, a imagem produzida transmite não apenas a compreensão do fotógrafo sobre a realidade captada, como também sugere, impõe, na verdade, que o espectador faça a sua interpretação. A construção de sentido é feita no momento do clique e no diálogo com o interlocutor. Não há sentido sem interpretação. Não há produção sem interpretação. A teoria do espelho imagina uma isenção que não faz parte da natureza humana. Isso não lhe é possível.

Podemos crer, entretanto, que a teoria do espelho nos fornece uma utopia. Ter como meta uma produção da notícia que transmita apenas a mais completa verdade da realidade. Ainda assim, discordaremos dessa intenção. A realidade é construída por visões, por concepções distintas. E essa multiplicidade é valiosa. Porque nos permite transformar, criar e recriar, de modo a buscar uma realidade mais ampla e coletiva.

## 2.2 Teoria do *gatekeeper*

A teoria do *gatekeeper*, por sua vez, analisa a produção a partir da rotina do profissional. Por essa abordagem acredita-se que a notícia vira notícia após uma série de escolhas que o jornalista deve fazer ao longo da cadeia produtiva. Essas escolhas — tratadas nessa teoria como portas, *gates*, pelas quais o acontecimento tem que passar antes de virar notícia — são muitas vezes aleatórias e podem depender de questões

---

<sup>1</sup> Susan Sontag, sobre esse aspecto, escreve: “Fotografar é apropriar-se da coisa fotografada. Significa pôr a si mesmo em determinada relação com o mundo, semelhante ao conhecimento — e, portanto, ao poder. Supõe-se que uma queda primordial — e malvista, hoje em dia — na alienação, a saber, acostumar as pessoas a resumir o mundo na forma de palavras impressas, tenha engendrado aquele excedente de energia fáustica e de dano psíquico necessário para construir as modernas sociedades inorgânicas. Mas a imprensa parece uma forma menos traiçoeira de dissolver o mundo, de transformá-lo em um objeto mental, do que as imagens fotográficas, que fornecem a maior parte do conhecimento que se possui acerca do aspecto do passado e do alcance do presente. O que está escrito sobre uma pessoa ou um fato é, declaradamente, uma interpretação, do mesmo modo que as manifestações visuais feitas à mão, como pinturas e desenhos.” (SONTAG, 2004:14)

peçoais do jornalista, questões ideológicas da empresa ou simplesmente de espaço físico no jornal e tempo de produção. O termo foi usado pela primeira vez em 1947, mas foi transposto ao jornalismo na década de 1950 por David M. White, que acompanhou um profissional durante uma semana, observando seus critérios para a elaboração de um jornal. Esse estudo encontrou como aspectos a arbitrariedade e a subjetividade no processo de produção, que não eram consideradas na teoria do espelho. Ainda assim, Wolf destaca que a maior parte dos acontecimentos escolhidos pelo profissional é bastante semelhante às escolhas de agências noticiosas: “Apenas em três categorias existe um desvio percentual de dois pontos entre os despachos das agências e as notícias que o jornalista ‘deixou’ passar” (WOLF, 2005:181). Seus críticos, no entanto, interpelam por que a análise possui apenas um único elemento: o jornalista. De acordo com Felipe Pena, “Os estudos posteriores [à teoria do *gatekeeper*] chegaram à conclusão que as decisões do *gatekeeper* estavam mais influenciadas por critérios profissionais ligados às rotinas de produção da notícia e à eficiência e velocidade do que por uma avaliação individual de noticiabilidade” (PENA, 2008:134). Assim, essa teoria acaba por restringir-se a um aspecto da profissão, não determinando o que é notícia ou de que forma se estabelece a rotina de trabalho.

### 2.3 Teoria organizacional

Warren Breed conceituou a sua teoria organizacional a partir da construção ideológica dentro da empresa jornalística. As escolhas dos jornalistas para a produção de notícias estarão, nessa concepção, sempre embasadas pela linha editorial da empresa para a qual trabalham. Em resumo, Nelson Traquina explica: “o jornalista acaba por ser socializado na política editorial da organização através de uma sucessão sutil de recompensa e punição” (TRAQUINA, 2001:71). Dessa forma, cria-se um comodismo, deixando-se de lado as crenças pessoais do jornalista em nome dos interesses empresariais do grupo.

A conclusão de Breed é que a linha editorial da empresa jornalística é geralmente seguida e que a descrição da dinâmica da situação sociocultural da redação sugerirá explicações para este conformismo. A fonte de recompensas do jornalista não se localiza entre os leitores, que são manifestamente os seus clientes, mas entre os seus colegas e superiores. Em vez de aderir a ideais sociais e profissionais, o

jornalista redefine os seus valores até ao nível mais pragmático do grupo redatorial.  
(TRAQUINA, 2001:76)

Sobre a relação com seus pares e as fontes (a teoria estruturalista retoma esta última como sendo os *primary definiers*), Mauro Wolf complementa:

Sobre este tema, as pesquisas são unânimes em esclarecer que, na seleção, as referências implícitas ao grupo de colegas e ao sistema das fontes predominam sobre as referências implícitas ao próprio público. Enquanto este é pouco conhecido pelos jornalistas, o contexto profissional-organizativo-burocrático circundante exerce uma influência decisiva nas escolhas (...).  
(WOLF, 2005:183)

Além disso, essa teoria estabelece que o trabalho jornalístico depende dos meios de produção, que nesse caso são sustentados pelo critério econômico. Essa lógica é ditada por questões como a autoridade institucional, já que o chefe determina quem faz a matéria de maior relevância e aspectos semelhantes; as relações entre os pares: amizade e admiração podem gerar um sentimento de obrigação, ou mesmo de dívida para com a empresa ou superiores; a ambição de escalada profissional; a busca por notícias acima de qualquer crítica em relação à sua escolha; o ambiente de trabalho — em geral, os jornalistas gostam de estar nas redações e de falar sobre a profissão (TRAVANCAS, 1993).

De fato, os jornalistas consideram muito a opinião de seus pares, e é comum o envio de matérias e idéias para avaliação de um colega. Como indica Kunczik, isso além de um autocontrole, uma vez que se evita a publicação de texto “sem autorização”, é uma forma de reafirmar o posicionamento de seus colegas na hierarquia de importância (KUNCZIK, 2001). Além disso, garante-se assim que o material esteja de acordo com o crivo editorial da empresa. A autocensura, aliada ao compartilhamento com colegas, é a forma mais eficaz de garantir o consenso com a empresa jornalística e o *status quo* da realidade social.

Os pesquisadores dessa teoria acreditam que o jornalista tem consciência da cadeia produtiva e das relações hierárquicas de poder, sendo necessário portanto que ele anteveja questões que não passariam pelo crivo de seus superiores, a fim de que possa dar um rumo diferenciado à sua matéria.

## **2.4 Teoria da ação política**

A teoria da ação política, por sua vez, baseia sua argumentação no pensamento político de esquerda que estabelece que as forças macroeconômicas definem o funcionamento empresarial e social. Não se trata de questionar as crenças pessoais do jornalista, tampouco de empreender vasta análise sobre a linha editorial da organização, pois a produção se dará de acordo com os interesses de “um diretório dirigente da classe capitalista que dita aos diretores e jornalistas o que sai nos jornais” (TRAQUINA, 2001:82). Dessa forma, as grandes organizações econômicas determinam o que é notícia. Chomsky e Herman (apud TRAQUINA, 2001), os fundadores dessa visão, interpretam a mídia como um reforço ao pensamento do poder instituído, ou seja, nada faz para mudar, questionar, criticar ou refletir sobre o que se tem como senso comum ou como estabelecido. Nesse sentido, esses autores criticam o grau de diversidade das notícias. Para Traquina (IDEM), a principal crítica a essa corrente é a visão determinista sobre o jornalismo, que esvazia a autonomia do profissional e os valores do mesmo no ato de produção da notícia. Stuart Hall e os pensadores da teoria estruturalista (apud TRAQUINA, 2001), que apresentaremos em seguida, acreditam que a teoria da ação política tem uma visão conspiratória, que extrapola a realidade da prática jornalística.

## **2.5 Teorias estruturalista e etnoconstrucionista**

Por essas teorias, entende-se que existe uma relativa autonomia do profissional em relação às forças ideológicas externas e hierarquicamente superiores, mas que o produto midiático, nesse caso a matéria, é o resultado social de fatores, como a organização burocrática das empresas, os valores-notícia (aquilo que é considerado relevante pelo jornalista) e a própria construção da notícia, que constrói também uma realidade externa. Os autores dessas teorias concordam que existe um constrangimento dos jornalistas por conta da estrutura interna da empresa, indo ao encontro da opinião organizacional. Contudo, eles incluem ainda que esses profissionais não só integram a empresa, sendo orientados por ela, como fazem parte de uma comunidade profissional, o que traz novas influências na rotina de produção. A relação com as fontes primárias é o ponto principal de divergência entre essas duas correntes. Falemos primeiro da teoria estruturalista.



Segundo Stuart Hall (apud TRAQUINA, 2001), a mídia tornou-se o meio de legitimação do poder instituído, a partir do momento em que usa como fonte primordial as opiniões oficiais, as ditas fontes primárias. Pressionados pelo tempo e pelo consenso social de que essas fontes são imprescindíveis, além de uma limitação de espaço, os autores acreditam que esses definidores primários acabam por orientar a abordagem da matéria, que, por sua vez, indica o caminho interpretativo para os leitores. Dessa maneira, os jornalistas tendem a tratar dos mesmos assuntos e com o mesmo enfoque em nome de uma produção regular de notícias, submetida a uma rotina que segue, mais ou menos, um mesmo traçado. Assim, de acordo com Traquina,

o processo de produção das notícias não só pressupõe a natureza consensual da sociedade como sublinha o papel das notícias no reforço da construção da sociedade como consensual. Os mapas de significado incorporam e refletem os valores comuns, formam a base dos conhecimentos culturais e são mobilizados no processo de tornar um acontecimento inteligível. (TRAQUINA, 2001:90,91)

E citando Stuart Hall et al.:

queremos chamar a atenção para as mais rotineiras estruturas de produção das notícias, para observar como é que os mídia vêm, de fato, e em última instância, *a reproduzir as definições dos poderosos*, sem estarem, num sentido simplista, ao seu serviço. (apud TRAQUINA, 2001:91)

A teoria estruturalista portanto consolida a idéia de que a mídia reproduz a ideologia dominante, por conta de fatores como a estrutura de trabalho, ao levar em consideração a organização interna da empresa e a rotina de busca de notícias diárias, a relação entre os profissionais e o conceito de valores-notícia, que define o que vale a pena ser divulgado e o que é de menos importância para a sociedade.

De fato, o jornalismo hoje, devido à influência e à inserção nos espaços de decisão, tem uma relação muito íntima com os detentores do poder, muitas vezes misturando-se a eles. Ainda que defendamos a liberdade de imprensa e a condenação da censura, devemos também questionar e refletir sobre o modo como a imprensa usa hoje sua influência sobre a sociedade, na definição de prioridades, e de que maneira a sua relação com o poder instituído está implicada nessa influência. Talvez não se trate mais de uma “subordinação”, como dizem os autores dessa perspectiva (para eles, a relação é

unidirecional: os definidores primários orientam o tema), dos jornalistas em relação aos definidores primários, mas de um encontro igualitário, em que os primeiros auxiliam na definição de ações governamentais e econômicas. Isso não é necessariamente positivo, uma vez que a sociedade compreende o jornalismo como um defensor de seus direitos, como um braço direito do povo, um segurança contra os abusos de poder (essa compreensão independe, a nosso ver, de concepções esquerdistas ou direitistas, estando imbuída de um consentimento geral).

Já a teoria etnoconstrucionista tem como preocupação maior a organização da rotina do jornalista. O tempo, a obrigatoriedade da veiculação (não há como um jornal não ser produzido dentro de sua periodicidade) e a imprevisibilidade da matéria-prima — os acontecimentos — determinam uma “rotinização” da produção, a fim de garantir o formato final. A pesquisadora Gaye Tuchman (apud TRAQUINA, 2001) sistematiza essas questões da seguinte maneira:

- Ordem no espaço
  - hierarquização dos espaços geográficos por responsabilidade;
  - acompanhamento permanente em locais que sejam considerados de grande noticiabilidade;
  - especialização em temas — divisão por seções do jornal, por exemplo.
- Ordem no tempo
  - assim como se considera que há locais de maior noticiabilidade, há horários mais prováveis para ocorrência de acontecimentos relevantes;
  - os jornalistas procuram elaborar uma agenda com assuntos previstos;
  - prevalência dos acontecimentos em detrimento às problemáticas e à reflexão.

Traquina, citando o pesquisador Robert Hackett, coloca que diversos fatores influenciam a construção das notícias, tais como:

os critérios de noticiabilidade, as características tecnológicas de cada meio noticioso, a logística da produção jornalística, retraimentos orçamentais, inibições legais, a disponibilidade da informação das fontes, a necessidade de contar ‘estórias’, de modo inteligível e interessante, a um determinado público, a

necessidade de empacotar a notícia de um modo que seja compatível com o imperativo comercial de vender as audiências aos anunciantes, e as formas de aparência dos acontecimentos sociais e políticos. (TRAQUINA, 2001, p. 84).

Dessa forma, a teoria etnoconstrucionista acredita que a produção jornalística está limitada a um pequeno número de temas, que ocorrem em determinados locais e em determinados horários. Essa limitação é uma dependência da rotina de trabalho e da pressão do tempo sofridas pelo profissional, que acaba recorrendo também às mesmas fontes. O jornal se torna uma grande repetição diária de acontecimentos e opiniões.

## 2.6 O *newsmaking*

A teoria dos *newsmaking* é o conjunto de pensamentos sistematizados ao longo do século XX que estuda os efeitos da comunicação em massa na sociedade contemporânea. O *newsmaking* engloba, de certa forma, as teorias anteriores, aliando-se ao agendamento e outras tendências e estudos. Apresentamos aqui como uma das teorias por forma de simplificação e organização do trabalho, ainda que não estejamos correspondendo totalmente à sua correta conceituação. Pretendemos facilitar a compreensão de que essa teoria formaliza todo um processo de trabalho sobre a produção de informação e seus efeitos de veiculação.

Dito isso, podemos seguir explicando que o *newsmaking* trabalha com conceitos de noticiabilidade, valores-notícia, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotina de produção. Ele está inserido em um contexto de análises dos efeitos da comunicação de massa na sociedade contemporânea e como esse tipo de comunicação contribui para a construção de sentido (VIZEU, 2005). Para a pesquisadora Gaye Tuchman (apud WOLF, 2005), o processo de produção da notícia segue uma linha industrial própria. O jornalista estaria submetido a essa linha, o que diminui sua força de atuação.

Esse argumento poderia levar a um determinismo incontornável para o funcionamento da cadeia de produção da notícia. Na verdade, os teóricos acreditam que há uma série de interações que influenciam a produção de discursos. A título de exemplo, poderíamos citar o conjunto de preceitos do jornalista que sempre acaba por preencher lacunas que a “rotinização” do trabalho deixa pelo caminho; as relações entre

outros atores da produção de discurso; a interferência da ideologia dominante; a cultura do meio em que se produz a notícia; que, por sua vez, tem relação direta com os fatos históricos consolidados em dada cultura. Dessa forma, o *newsmaking* trabalha com o estudo da cultura jornalística, a organização do trabalho nesse meio e as relações entre esses dois aspectos. Em relação à cultura profissional, vale considerar elementos como o estereótipo, que antecipa a experiência do receptor e da significação (WOLF, 2005), e o vocabulário próprio (“jornalês”, segundo Traquina [TRAQUINA, 2001]), responsável por padronizar e singularizar a profissão; além da construção de sentido que se faz a partir do cotidiano e da tradição — que, por sua vez, orienta também a noticiabilidade —, entre outros fatores. Já em relação à organização do trabalho, uma série de restrições e convenções estabiliza a rotina profissional, legitimando as escolhas do jornalista e a produção da notícia. Essas convenções muitas vezes não são explícitas ou estáveis, mas constituem o conjunto denominado noticiabilidade.

Trabalharemos os conceitos de valores-notícia, noticiabilidade e fragmentação da informação posteriormente, quando abordarmos a função da pauta. O que importa aqui é frisar que o *newsmaking* analisa todo o processo de produção da notícia e dá maior atenção à decisão do que é notícia ao longo do processo. É também interessante salientar que enquanto as teorias apresentadas anteriormente derivaram de pesquisas baseadas em algum evento específico, o *newsmaking* abrange a produção cotidiana da informação, como um estudo de processo contínuo.

## 2.7 Agendamento

Por essa teoria, que surgiu na década de 1970, nos Estados Unidos, McCombs e Donald Shaw defendem que os assuntos considerados pela sociedade são pautados pela mídia. Walter Lippman, em seu livro *Public Opinion*, que data de 1922, portanto precedente dessa teoria, já falava que a imprensa trabalhava como “modeladora do conhecimento, usando estereótipos como forma simplificada e distorcida de entender a realidade” (apud PENA, 2008:142). Nesse sentido, o agendamento configuraria uma análise dos efeitos causados pela mídia na sociedade, não se tratando portanto de uma análise da produção informativa.

Contudo, o agendamento transpassa toda a produção da informação e orienta a compreensão da realidade. Não se trata de uma influência específica a classes ou grupos sociais determinados, no sentido de que quem tem consciência dessa orientação

consegue desviar sua compreensão de mundo da ação midiática. A idéia da teoria do agendamento é que qualquer pessoa inserida na sociedade está submetida à tematização da mídia. A tematização na teoria do agendamento significa colocar um certo número de notícias na ordem do dia, salientando a sua importância frente a outros assuntos, citados ou não pela mídia. Bastaríamos citar a comemoração e o alarde em torno da eleição norte-americana, em especial do candidato Barack Obama. A dias da eleição, a Rede Globo colocou o assunto como carro-chefe do Jornal Nacional, enviando seu âncora principal para cobrir o processo eleitoral em Washington. A população brasileira acompanhou a eleição como se fosse a do seu próprio país, festejando em seguida a vitória do democrata. Não cabe aqui aprofundar as questões políticas em torno dessa eleição em relação ao mundo e aos Estados Unidos; nossa argumentação se dá a respeito da maneira como a questão foi levada a nível nacional, como mais um dos elementos de identidade nacional que se credita a um telejornal. A título de mais um exemplo sobre o assunto, o jornal *O Globo* também dedicou diariamente, e ao longo dos meses, a maior parte da editoria “Internacional” ao processo eleitoral norte-americano, deixando de lado assuntos como a guerra na República do Congo, as enchentes na América Central, entre outros.

A sociedade seguiu esse critério, e o tema da vez nas conversas diárias foi, é claro, a eleição nos Estados Unidos e a esperança de revolução cultural, política e econômica com a vitória de Obama. Voltamos a afirmar que não queremos reduzir a importância dessa eleição, tampouco a vitória do candidato, mas questionar de que maneira se apresentou o assunto na mídia nacional, ou seja, como se construiu o imaginário de mudança para uma nova realidade a partir de um único assunto, em detrimento, por exemplo, da seca estrutural no Nordeste brasileiro, onde se seguia um período de mais de quarenta dias sem chuvas. Ou mesmo da guerra na República do Congo, por conta da qual já morreram mais de cinco milhões de pessoas.

Não é o caso também de falarmos de uma manipulação por parte da mídia. A questão não é intervir de modo direto e explícito no cotidiano da população, exigindo ações factuais, por exemplo, mas entender que os processos midiáticos “tendem a influenciar o modo como o destinatário organiza a própria imagem do ambiente” (ROBERTS apud WOLF, 2005:138). A mídia apresenta assuntos que geram uma discussão, uma opinião. Dessa forma, a construção de significado por parte do indivíduo é influenciada e transformada pelos meios de comunicação. E como os irmãos Lang dizem a respeito da comunicação de massa e campanhas eleitorais

Não apenas durante a campanha, mas também nos períodos intermediários, os meios de comunicação de massa fornecem perspectivas, modelam as imagens dos candidatos e dos partidos, ajudam a promover os temas sobre os quais versará a campanha e definem a atmosfera e a área específicas de relevância e reatividade, marcadas por toda a competição eleitoral particular. (apud WOLF, 205:141)

Com efeito, a base para as teorias sobre o agendamento é que não se está nunca isento da tematização da mídia. Uma das consequências disso é que não se consegue um distanciamento ou um controle para compreender quais são e onde se encontram as distorções criadas pelos meios de comunicação ao longo do processo produtivo. Somos por isso levados a acreditar que o que é veiculado é de interesse geral e constitui a globalidade dos assuntos relativos à sociedade.

### 3 A CONSTRUÇÃO DA PAUTA

Os manuais de redação das empresas jornalísticas têm a função de unificar a produção internamente, a fim de padronizar as formas de redação e apuração. Eles apresentam ainda a linha editorial da empresa, questões básicas de português e convenções de padronização de termos, conceitos e medidas. São, dessa forma, uma espécie de documento de referência aos jornalistas, carta de apresentação ao novo funcionário ou mesmo aos leitores interessados no meio de comunicação que utilizam. Foi um pouco nesse sentido que, ao anunciar o lançamento do seu manual de redação, o jornal on-line *Último Segundo* colocou ainda como função dos manuais o “estreitamento das relações com os usuários”, no mesmo caminho do *ombudsman*, que seria a “representação do internauta junto à empresa” (*Último Segundo*, 10/09/07). Assim, os manuais de redação funcionam como o conjunto de regras, prescrições e modelos do que a empresa acredita ser a melhor estratégia para o fazer jornalístico. Todos, contudo, frisam que a idéia não é tolher a iniciativa ou autonomia do jornalista, mas garantir uma unidade ao jornal, o respeito às normas da língua portuguesa e aos princípios da empresa.

Todos mencionam a pauta. Esta é parte imprescindível na cadeia de produção e funciona como uma espécie de tópico frasal da matéria jornalística. Entretanto, neles, há pouco aprofundamento de sua análise. O *Manual de Redação do O Globo* dita que a pauta deve ser apenas uma sugestão, e que ficar preso, sem iniciativa, à sua determinação é enfraquecimento do jornalismo. E, mesmo que tenham na pauta sugestões da opinião pessoal de quem a produz ou moralismos para a condução da informação, é fundamental ter em mente que “quando os fatos aparecem à tona, eles que mandam, até mesmo para decretar que não existe matéria a ser feita” (GARCIA, 1998).

A *Folha de S. Paulo* orienta os jornalistas a ter maior rigor na produção da pauta. Segundo o manual da *Folha*,

[o texto da pauta] precisa se preocupar em levantar enfoques diferenciados sobre os temas, buscar ângulos novos de abordagem, mostrar agilidade na identificação de novas tendências. É recomendável que a pauta tenha entre seus objetivos prestar um serviço ao leitor, de forma que o produto final seja útil para a vida prática de quem lê. (MANUAL DA FOLHA, 1996)

Além disso, a *Folha* recomenda que a pauta seja o mais específica quanto possível e que cada editoria deva ter um setor destinado à sua produção. A pauta deve

incluir: a) um histórico dos acontecimentos em questão; b) um roteiro de perguntas; c) itens relevantes ao assunto na perspectiva da linha editorial do jornal; d) as fontes que deverão ser procuradas para o levantamento de informações, de acordo com critérios que garantam o pluralismo (posições políticas divergentes, concorrentes no mercado etc.); e) uma sugestão de box com envolvidos no tema da reportagem, texto didático, arte que explique o aspecto analisado ou apresente dicas de serviço para o leitor; f) material iconográfico que vai acompanhar o texto (foto, gráfico, tabela, ilustração, mapa). Porque é tão importante pautar a linha do texto da reportagem quanto o é pautar a foto ou a arte que acompanhará o texto (MANUAL DA FOLHA, 1996).

Essa explicação vai ao encontro do modelo convencional de pauta, mais minuciosa do que prevê o jornalista do *O Globo* Luiz Garcia (de fato, o manual de Luiz Garcia é mais abrangente e generalista do que o da *Folha*, mas isso não reduz a atenção dedicada pela *Folha* a esse processo). Para a *Folha de S. Paulo*, a produção da pauta é um momento precioso para garantir uma boa pesquisa e matérias completas. Assim, o jornal também prevê que as editorias façam reuniões de pautas diárias, e semanais quando de pautas especiais (estas realizadas com outros editores e Secretaria de Redação).

O *Manual de redação e estilo do Estado de S. Paulo* também vai nessa direção. Nos termos desse manual, a pauta é tanto a cobertura de determinada editoria quanto a orientação dada aos jornalistas para essa cobertura. Ela funciona, neste caso, como um roteiro a ser obedecido, e “se ela for muito específica e pedir que ele apure apenas alguns aspectos da notícia, o repórter deverá obedecer a essa orientação, para evitar que suas informações conflitem com as de outros jornalistas que estejam trabalhando no mesmo caso ou as repitam” (MARTINS, 1990:59). De todo modo, o *Estado de S. Paulo* não hesita ao afirmar que o repórter pode mudar a angulação da abordagem pretendida ou propor novas visões sobre o assunto sob condição de conversar com o pauteiro ou editor antecipadamente. Ainda segundo esse manual, a pauta não tem tamanho determinado, pode ser mais detalhada quando de um assunto mais trabalhoso, ou, ao contrário, mais sucinta se o assunto for mais simples e cotidiano. Interessante notar que o *Estado de S. Paulo* dá mais destaque à elaboração da pauta, enquanto outros manuais dão maior destaque à orientação do repórter, que recebe o roteiro para apuração.

O manual do *Último Segundo* (<http://ultimosegundo.ig.com.br/manual>) é mais resumido que os outros já citados, mas destaca-se quando menciona a “adequação do tema” de acordo com o público leitor. Pode parecer evidente que o meio de



comunicação se preocupe com a produção baseando-se no público-alvo, mas o que queremos salientar é a explicitação desse critério no manual dentro do contexto da pauta.

É claro que os manuais de redação das empresas jornalísticas definem uma situação ideal de produção, o que não ocorre no dia-a-dia de uma redação. Assim, a definição de pauta em cada um deles será mais uma orientação pró-forma do que uma descrição do que realmente ocorre e de que maneira proceder. Não é válido, no entanto, desfazer-se do valor dessas orientações, pois elas são uma base, um fundamento que deve estar presente na concepção do fazer jornalístico de cada profissional da área. Embora não seja uma lista de regras estritas e incorrigíveis (e ainda bem que não é), ter conhecimento dos princípios gerais e indicações de redação faz com que esse conhecimento transpareça na prática cotidiana. E saber o que a empresa pensa é fundamental na compreensão do ambiente em que se trabalha.

Atualmente um recurso muito utilizado pelo pauteiro é o *mailing*. Além de receber diariamente uma infinidade de *releases* e sugestões de pauta, há uma freqüente comunicação por uma “central” de e-mails entre os jornalistas de diferentes empresas. Por esse recurso, os pauteiros sabem o que um jornal deverá publicar e trocam informações de apuração. Pode parecer estranho, uma vez que se está passando informações para o concorrente, digamos assim, mas é uma prática muito comum, e alguns jornais se baseiam fundamentalmente nessas informações para decidir o que vai ser apurado. É o que Isabel Travancas, já no início da década de 1990, sinalizou com a boa relação que os jornalistas têm entre si no momento da cobertura (TRAVANCAS, 1993), ajudando os companheiros de ofício com dados e personagens importantes do evento. Esse recurso, por um lado, favorece a produtividade, proporcionando mais rapidez na decisão e coleta de informações primárias. Por outro, porém, leva a uma maior pasteurização dos assuntos veiculados e sua abordagem. Sem contar a redução de exclusividade e do “furo” jornalístico, pois os jornalistas começam a se “descuidar” no momento de apurar e buscar por novas temáticas. Para Kunczik, os grandes jornais trabalham como guias para o funcionamento de outros:

A razão pela qual os jornalistas dão grande atenção aos sistemas de seleção de outros meios de comunicação de massa é que isso ajuda a reduzir suas dúvidas quanto à suficiência dos critérios próprios de seleção. Não se deve subestimar a influência dos “jornais líderes de opinião” para formar estruturas relativamente

homogêneas para os meios de comunicação dentro do país, e alguns meios de comunicação (...) podem ser considerados como líderes de opinião internacionais. O fato de que alguns meios de comunicação de massa sirvam como guias para estabelecer orientações significa também que, em grande parte, os meios de comunicação não reagem aos acontecimentos em si, mas são impulsionados pelas reportagens dos principais meios de comunicação de massa e outros, fazendo o mesmo papel com suas próprias reportagens. (KUNCZIK, 2001: 170,171)

Acreditamos dessa forma que esse recurso se insere na rotinização de que fala Tuchman (apud TRAQUINA, 2001) e na procura de estabilidade da jornada de trabalho, mas que em nome disso perde-se muito em informação e novidade, elementos que deveriam ser fundamentais ao jornalismo diário.

### **3.1 A pauta, a noticiabilidade e os valores-notícia**

As teorias do *newsmaking* procuram analisar as formas de produção da notícia e seus efeitos na sociedade. Essas teorias levam em consideração uma série de fatores que participam da construção de sentido e da decisão do que é notícia em meio a superabundância de acontecimentos. Entre esses fatores o que mais nos interessa para esse trabalho é o de noticiabilidade. Se queremos analisar a escolha de pauta, a decisão do que é notícia, nada mais natural do que nos determos nos critérios levados em conta pelos jornalistas na hora de decidir o que vale a pena ser divulgado. É importante salientarmos que entre as diversas funções do jornalista encontra-se a sua responsabilidade em promover a primeira versão de um fato, acontecimento, evento, interação etc. à sociedade. Isso quer dizer que o primeiro encaminhamento para interpretação virá do meio jornalístico. O que não é determinante para a compreensão, mas é fator impulsionador, é um “ativador” da reflexão. Principalmente porque a notícia é interpretação e construção de uma realidade, oferecidas prontas para a sociedade. O enfoque já está dado, o filtro já foi feito, a seleção já está realizada.

Considera-se a comunicação assimétrica (SCHULZ apud WOLF, 2005), ou seja, há um emissor que envia uma mensagem com determinada intenção: influenciar o receptor com sua visão de mundo. Este é considerado um participante passivo, que recebe a mensagem e interioriza seu conteúdo, de acordo com a intenção do emissor.

Em relação aos meios de comunicação de massa, isso é ainda mais presente, uma vez que não há resposta ao estímulo do emissor por parte receptor. Dessa forma, a interpretação não é construída na relação, mas é oferecida de antemão. Compreende-se então que a escolha do que virá a público é de extrema relevância.

Prosseguimos então na tentativa de conceituar o termo noticiabilidade. Resumidamente, Mauro Wolf explica:

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher, cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 2005:196)

Os critérios de noticiabilidade aparecem em decisões rápidas, realizadas sem muita reflexão pelo jornalista, evitando assim incertezas que poderiam retardar a produção. São também flexíveis, adaptam-se a momentos específicos, derivam de preceitos subjetivos do profissional e do senso comum entre seus pares. Além disso, são facilmente identificáveis, de modo que permitem a substituição de um tema por outro de maneira razoavelmente embasada. Principalmente, os critérios de noticiabilidade devem promover eficiência ao processo produtivo, a fim de utilizar o menor tempo possível na produção de uma matéria adequada e bem acabada.

De fato, o que os teóricos do *newsmaking* percebem é que nas redações se está sempre querendo vencer a variável “tempo”. O jornalismo almeja ser simultâneo ao acontecimento, reduzindo assim a distância entre o acontecimento e a notícia veiculada. Ele tem diante de si a busca por mais material sobre o assunto no menor tempo possível, a fim de que se possa ser o primeiro, o dono do “furo”, ou apenas que se possa ir para casa em horário de fim de expediente. Nessa pequena exposição, já falamos de duas problemáticas: excesso de acontecimentos e tempo de produção e veiculação. Estas, aliadas a outras questões, contribuem para o reconhecimento de uma necessidade de estabilização do processo produtivo e de maior praticidade, que irão se verificar com a “rotinização” do trabalho. É o que Gaye Tuchman afirma quando sistematiza o processo de acordo com as questões de tempo e de espaço como já apresentamos anteriormente. Sobre a questão tempo, podemos incluir as problemáticas: (a) o jornalismo não se separa de sua rotina inalienável. De fato, não há, em condições normais de trabalho e de liberdade de imprensa, como um jornal não ser veiculado em um dia por falta de

produção (há sempre fatos, acontecimentos); a partir daí, (b) em nome de uma produção regular, o jornalista acaba por cobrir lugares-chave e recorrer a fontes conhecidas e garantidas, dentro de uma agenda prevista. É o que a teoria etnoconstrucionista aborda. Mas, mesmo com uma expectativa mais ou menos construída com a previsão de acontecimentos em agenda, o jornalista não consegue se desvencilhar (até porque esta é a mina de ouro do ofício, aquilo pelo qual o profissional vai em busca) da imprevisibilidade dos acontecimentos. Ele não tem necessariamente um objeto de estudo, de trabalho, formal e garantido, ele lida sempre com a possibilidade do improvável e do imprevisto. Dessa forma, para uma produção mais estável, já que o jornal não pode deixar de ser publicado ou transmitido dentro de sua periodicidade e em um número de páginas relativamente estável e programado, essas estratégias acabam por padronizar e pasteurizar a produção jornalística. Encontrar uma maneira prática de decidir um evento entre uma infinidade é vista como a saída possível para a realização do jornalismo. Altheide procura explicitar esse aspecto com o critério de “perspectiva da notícia”: “A notícia é o produto de um processo organizado, que implica uma perspectiva prática sobre os eventos, voltada a representá-los, a dar estimativas simples e diretas sobre suas relações, e a fazer isso de modo que consiga atrair a atenção dos espectadores” (ALTHEIDE apud WOLF, 2005:197).

Na conceituação de noticiabilidade, encontraremos os valores-notícias, que funcionam como combinações que definem a relevância de um assunto e constituem a sua noticiabilidade de fato. Wolf assim descreve:

Tendo definido a noticiabilidade como o conjunto de elementos por meio dos quais um aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos que servirão de base para a seleção das notícias, podemos definir os valores-notícias (*news values*) como um componente da noticiabilidade. Eles representam a resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?”  
(WOLF, 2005:202)

Vizeu destaca que os valores-notícia não são estanques e mudam ao longo do tempo (VIZEU, 2005). Além disso, eles dependem de alguns pressupostos, lançados por Wolf (IDEM), como as características relativas às próprias notícias (aquilo que lhe é particular), as disponibilidades e recursos para o prosseguimento da cadeia de produção,

a imagem e a interpretação que a classe jornalística tem do público e de seus pares, ou seja, da sua concorrência direta. Consideramos também que os valores-notícias estão inextricavelmente ligados ao que se considera “faro jornalístico”. Esse senso comum de que o bom jornalista sabe onde mora um tema “quente” integra o conceito de valor de um modo diferenciado. Não é apenas interpretação, é um “faro”, um modo de olhar e pesquisar que se refere aos mais sensíveis aspectos dos acontecimentos. Esse senso de oportunidade é um dos aspectos que caracterizam o profissional.

Acreditamos que os jornalistas se baseiam profundamente no “faro jornalístico”, tanto por certa glamorização dessa idéia (é algo particular da classe), quanto por uma falta de distanciamento crítico. O jornalismo de fato se constrói em seu próprio fazer, há uma valorização do aprendizado na prática, “na marra”, que favorece esse critério de noticiabilidade. E valoriza-se também a transmissão oral dos mais experientes aos “focas”. É por isso que quando Luiz Garcia diz, em defesa da categoria durante um seminário em que se criticava a baixa incidência de determinado tema na imprensa, que

Está mais no nosso papel — e é onde, contristados, abrimos mão da humildade — divulgar o que se enquadra em nossa própria definição de notícia, segundo a nossa visão do interesse público, e do jeito que achamos acessível aos nossos leitores. Se a notícia ajuda boas causas alheias, parabéns e não precisam agradecer. (GARCIA, 2000:147. Grifo nosso)

Sobre a compreensão dos jornalistas sobre seu ofício, Kunczik faz um comentário bastante interessante:

A essência da ilusão da “profissão livre” consiste no seguinte: como os jornalistas participam continuamente dos últimos acontecimentos, tendem a adquirir um senso de superioridade. Seu contato com as pessoas importantes intensifica essa tendência. Acredita-se que ele é independente em relação aos temas e às opiniões e que suas horas de trabalho não são rígidas. Muitos jornalistas distorcem a realidade. Negam-se a aceitar o seu trabalho pelo o que ele realmente é: um trabalho assalariado. Gostam, ao contrário, de pensar que são um tipo de intelectual socialmente independente, uma espécie de gênio jornalístico livre de preocupações materiais.” (KUNCZIK, 2001:154)

Nessa mesma linha, o autor prossegue dizendo que os jornalistas pouco sabem sobre seu público e, muitas vezes, não têm interesse em saber. Segundo ele, as regras de seleção de notícias são transmitidas informalmente e que os profissionais buscam orientar-se e trabalhar com aqueles com os quais compartilham visões de mundo semelhantes, o que reduz “os sentimentos de insuficiência”. De fato, em pesquisa na Alemanha, verificou-se que a imagem que os jornalistas tinham do público e a preferência pelo entretenimento sensacionalista não correspondia ao que o público dizia se identificar de modo algum. Da mesma forma, o público “está menos interessado em notícias amenas e em reportagens de interesse humano e de crimes do que na política e na economia, ao contrário do que supõem os jornalistas” (KUNCZIK, 2001:191). Ainda que esteja o autor referindo-se ao contexto alemão, acreditamos que se possa fazer um paralelo à realidade brasileira, uma vez que há poucos estudos sobre o a recepção do público brasileiro e há forte tradição nas redações sobre os padrões de trabalho.

Michael Kunczik apresenta outros pontos importantes. Entre eles, o desconhecimento do público gera ritualismos, ou seja, adesão a modelos antigos — consoante ao padrão brasileiro — e inflexibilidade, pois evita-se mudar o que já é aceito pela sociedade. Além disso, esse desconhecimento é resultado do pouco interesse por parte do jornalista e possibilita maior evasão na produção de notícia (IDEM). Isso é de extrema relevância, pois indica que se se desconhece o público procura-se ser o mais genérico possível e, portanto, o mais evasivo e superficial. Através desse argumento, cai por terra a justificativa de que o jornal deve ser genérico porque se pretende maior alcance de públicos diferenciados.

Entre os critérios de noticiabilidade, Wolf destaca cinco subcategorias (WOLF, 2005) que vamos utilizar também em nossa análise: critérios substantivos; critérios relativos ao produto; critérios relativos ao meio; critérios relativos ao público; e critérios relativos à concorrência.

Quanto aos substantivos, entende-se, em primeiro lugar, que o acontecimento é tanto mais importante quanto for de interesse da elite ou o grau de seu envolvimento. Sendo assim, se os personagens do evento forem integrantes da classe abastada e fizerem parte dos pólos de poder, o evento tem grande chance de se tornar notícia. Basta ver a briga do ex-casal Luana Piovani e Dado Dollabela em uma boate da zona sul do Rio de Janeiro; ou, se falarmos em boates da região, a repercussão da briga que culminou na morte do jovem Daniel Duque no jornal *O Globo*, que publicou cada novo episódio do caso. No primeiro exemplo, falamos de dois artistas jovens e bonitos,

recorrentes nas colunas sociais e, claro, integrantes da elite da cidade. No segundo, os envolvidos eram também da zona sul (região onde se concentra a classe alta carioca) da cidade e um deles é filho de uma promotora, profissão de prestígio no meio social.

Não apenas os indivíduos, mas se a instituição à qual se remete o acontecimento também estiver no ponto alto da hierarquia de poder o evento contém alto grau de noticiabilidade. Sobre isso, fazemos uma pequena co-relação: se as instituições e indivíduos de maior visibilidade e poder de decisão pesam na escolha da notícia, é seguindo a mesma lógica que os jornais procuram sempre as mesmas fontes, as oficiais, as consagradas, para embasar a notícia. Dessa forma, não apenas o mesmo tipo de personagem configura a história da notícia, mas a mesma opinião norteia o fundamento de significação do produto midiático.

Em segundo lugar, o acontecimento deve ter impacto sobre a sociedade. Isso quer dizer que as pessoas devem ser capazes de compreender o conteúdo do evento, de modo que ele deve fazer parte do contexto de signos e valores ideológicos da sociedade, ou pelo menos deve-se incutir os primeiros esforços para isso. Mas esse impacto também indica que o evento terá maior grau de noticiabilidade quanto mais próximo for do público leitor. É a mesma lógica que faz as pessoas se interessarem por aquilo que já é conhecido ou pelo o que possam se identificar. O jornalismo pretende sempre essa aproximação entre o que é noticiado e o leitor/espectador/ouvinte. Essa preocupação gira em torno da melhor compreensão do conteúdo da mensagem, mas também da legitimação da escolha realizada pelo meio. O que, na verdade, traz uma série de conseqüências. O “contágio”, quer dizer, a sensação de que a repetição do ocorrido pode acontecer com o próprio leitor; e, conseqüentemente, a propagação do sentimento retratado pela notícia.

Esse impacto também se relaciona com a quantidade de envolvidos. Na verdade, o impacto é proporcional à visibilidade e à quantidade dos envolvidos e à proximidade do ocorrido ao público.

Os critérios substantivos concernem à lógica de importância — como vimos acima — e à noção de interesse e entretenimento. Se já falamos da importância ao comentarmos aspectos como personagens e instituições de visibilidade e possibilidade de compreensão atrelada ao impacto, resta-nos comentar sobre a noção de interesse. Com o intuito de manter o leitor atento ao conteúdo do jornal, buscam-se notícias que fogem ao estado “normal” de cotidiano. O inusitado, o insólito, o cômico e o absurdo

aumentam o grau de noticiabilidade também por equilibrarem o conteúdo do jornal, amenizando o tom grave que temas ditos obrigatórios<sup>2</sup> imprimem ao jornal.

Os critérios relativos ao produto e ao meio dizem respeito às possibilidades de inserção na cadeia produtiva. Quer dizer, se um acontecimento é passível de cobertura, se o jornalista tem condição de apurar, de produzir uma matéria dentro do seu espaço restrito e não conciliável, se os recursos de que dispõe o jornal permitem a realização da matéria, se o tema é “pautável”. E quanto mais recente for o evento, mais chances tem de ser noticiado. A novidade do tema é, claro, um elemento essencial, mas Wolf destaca que ela é avaliada pelo olhar do jornalista (WOLF, 2005). Ou seja, mesmo que para a fonte não seja fato recente, o importante é o jornalista tratá-lo como novo, “criando” a novidade. No entanto, quando se fala em novidade é importante salientar que a organização do trabalho nas redações impõe que haja um tempo entre o acontecimento e o início da produção. Isso se insere no que Altheide escreve sobre a apuração: “Enquanto estas [notícias] deveriam ser idealmente novas, motivos ligados à organização do trabalho impedem muita novidade. Uma série de vencimentos não superáveis impõe uma programação cuidadosa, com o objetivo de ter notícias suficientes para colocar no ar na hora do noticiário” (ALTHEIDE apud WOLF, 2005:231).

O evento também deve ser apresentado como uma espécie de narrativa, ou seja, assuntos que tenham um início, meio e fim são priorizados em relação a outros que estejam em desenvolvimento ou em suspenso. Essa é mais uma característica que favorece os eventos pontuais em relação a processos sociais e suas análises.

Os critérios relativos ao público vão ao encontro do que falamos anteriormente sobre o “faro jornalístico”, uma vez que os jornalistas acreditam saber “por experiência” e prática pelo que os leitores se interessam (WOLF, 2005) e do que necessitam. Nesse sentido, o jornalista também procura notícias que sejam interpretáveis e “tragáveis” pelo público, de modo que esse critério repercute também na organização gráfica do jornal (incluindo aí o balanceamento). Na verdade, o público é interpretado de alguma forma pela mídia, a qual busca manter sua autonomia de trabalho aliada a um produto final coerente e agradável ao destinatário final.

---

<sup>2</sup> Não queremos dizer com temas obrigatórios que há assuntos considerados acima dos critérios de noticiabilidade, mas que são tidos pelos profissionais como básicos; que, dentro do senso comum, são de interesse da sociedade. Nesse sentido, possuem os valores-notícia e se moldam pelos mesmos critérios que outros assuntos, com a diferença de que rápida e imediatamente são incluídos na pauta.



Sobre a concorrência, o primeiro fator se dá pelo efeito comparativo, que, na verdade, também favorece a repetição de temas nos principais meios de divulgação. O “furo” e a exclusividade de uma fonte ou acontecimento são considerados pelos jornalistas como grandes diferenciais de um veículo, profissional ou matéria. Hoje um grande número de notícias veiculadas pela mídia advém de agências que vendem pautas e matérias prontas. Isso, além de ser um fator para pasteurização de temas e de abordagem, aumenta a necessidade de diferenciar um meio de comunicação de outro. Entretanto, ocorrem cada vez menos “furos”, pois “visto que os meios de comunicação de massa possuem concorrentes virtualmente nos mesmos lugares, diminuiu-se a possibilidade de alguém chegar primeiro com uma notícia daquelas que, em determinada época, ‘paravam o jornal enquanto eram impressas’ (GANS apud WOLF, 2005:224). Além, é claro, da questão do *mailing*. E também, os aspectos que apresentamos anteriormente acabam por prevalecer sobre o destaque e distinção, principalmente em nome da estabilização da rotina. Ainda no efeito comparativo, as empresas jornalísticas procuram antecipar o que acham que outras empresas deverão publicar. Nesse sentido, publicam na expectativa de que (ou porque) o outro também o faça. É interessante, sobre isso, destacar o que Gans escreve:

As expectativas recíprocas tornam-se um vínculo comum: elas desencorajam as inovações na seleção das notícias, que poderiam suscitar objeções por parte dos graus hierárquicos superiores: por sua vez, isso contribui para a semelhança das coberturas informativas entre noticiários ou jornais concorrentes. (GANS apud WOLF, 2005:224)

A estabilização da rotina de trabalho, a organização do processo dentro das redações e os conceitos que integram a noticiabilidade impedem que os temas sejam tratados com profundidade, que sejam valorizados como eventos decorrentes de situações construídas ou processos sociais, para serem abordados como pontuais e factuais.

O jornalista tem credibilidade junto à sociedade, é visto como um defensor dos seus direitos, que deve exigir do Governo ações em prol do bem estar público (como mera exemplificação, em publicação sobre uma ação policial desastrada em uma favela do Rio de Janeiro, a Rede Nacional de Jornalistas Populares disse que os moradores da região pediram a presença da imprensa, a fim de evitar abusos e violência por parte dos policiais). Mas a credibilidade não advém somente desse aspecto. Na verdade, os

grandes pólos de poder também se aproximam da mídia por encontrar nela um meio de divulgação eficiente, e, estando próximos, não apenas são noticiados, mas conseguem moldar o conteúdo discursivo. Desse modo, o jornalista acaba por se inserir nos centros de poder, participando das decisões. Isso certamente influencia a produção de notícia, uma vez que os acontecimentos são de interesse da elite e os jornalistas podem ser as próprias fontes, ou pelo menos estar bastante próximas a elas. É o que Fernando Matta (apud VIZEU, 2005) evidencia quando afirma que os meios de comunicação estão inseridos na lógica econômica de valorização do mercado e que, por conta disso, priorizam as questões dos pólos econômicos em detrimento do interesse do leitor. De fato, vemos que os veículos de comunicação tomam como prioritárias as opiniões de seus pares e dos grupos de poder, deixando em segundo plano o destinatário final da mensagem, a sociedade em geral.

O profissional ainda vive a pressão exercida pela empresa para a qual trabalha. Como afirma Vizeu: “o jornalista trabalha com representações ideológicas, palavras, informações, dados, opiniões e atitudes que são as que a empresa adota. Em função disso, ele vive um duplo papel: o de um trabalhador assalariado que vende sua força de trabalho para os interesses da burguesia e que passa a ser indiferente aos trabalhadores assalariados.” (VIZEU, 2005:58). Lazarsfeld e Merton também caminham nesse sentido quando escrevem que “os meios de comunicação comercializados ignoram os objetivos sociais quando estes se chocam com a vantagem econômica (...) Ao ignorar sistematicamente os aspectos controversos da sociedade, a pressão econômica impulsiona em direção ao conformismo” (apud WOLF, 2005:58).

O emissor antecipa a interpretação do receptor. Dessa forma, o jornalista prevê os assuntos que são de interesse do público e produz a matéria de acordo com a premissa de que o leitor a interpretará de determinada maneira.

Os critérios de relevância são encontrados ao longo de todo o processo de produção e a repetição de temas constitui uma elaboração de sentido, como um “frame” (WOLF, 2005) de determinada realidade.

Assiste-se, portanto, ao fenômeno pelo qual as redações jornalísticas, do ponto de vista tecnológico, encontram-se cada vez mais preparadas para dar informações em tempo real, mas sobre um número de argumentos, temas e assuntos cada vez mais previamente delimitado. “Maior articulação do aparato, especialização tecnológica, complexidade burocrática e ‘fragilidade’ do próprio aparato em relação ao fluxo da realidade são fenômenos e tendências que se complementam” (WOLF, 2005:252).

### 3.2 As fontes

“Os estudos sobre o *newsmaking* tornaram esse ponto suficientemente claro e incontroverso: a rede de fontes que os aparatos de informação estabilizam como instrumento essencial para o seu funcionamento reflete, de um lado, a estrutura social e de poder existente e, de outro, organiza-se na base das exigências colocadas pelos procedimentos de produção. *As fontes que se encontram às margens dessas duas determinações muito dificilmente podem influir de maneira eficaz na cobertura informativa.*” (WOLF, 2005:235)

Conhecer e dominar (...) um conjunto de regras produzidas pelas relações que se estabelecem numa determinada sociedade entre sistema político, campo cultural e mercado. Em particular, a interação social dos indivíduos que agem nesses três campos da ação social produz uma determinada definição da “notícia” e uma determinada organização do trabalho jornalístico. (BECELLONI apud WOLF, 2005:230).

Nessa parte, procuraremos apresentar os elementos que aproximam a noticiabilidade das fontes. Quer dizer, de que maneira as fontes orientam a tematização dos veículos de comunicação. Nesse sentido, as fontes oficiais são tidas como obrigatórias, o que leva o jornalista a primeiro procurá-las. É o que os teóricos do estruturalismo definem como “definidores primários” (TRAQUINA, 2001). Ao serem entrevistados, eles dão o tom da notícia. São em geral fontes recorrentes, seja porque sabem se apresentar ao público, seja porque têm visibilidade, seja porque são mais acessíveis ou qualquer outro motivo, o que se percebe é que as mesmas fontes falam sobre os mesmos assuntos; os mesmos assuntos tratam dos mesmos temas e os jornais ficam a dar voltas em sua lógica de eficiência. Mas não se trata apenas disso.

Assim como os jornalistas agora interferem diretamente, como participantes, nas decisões governamentais e econômicas, os definidores primários assumem papel de coadjuvantes na decisão da pauta jornalística. Isso tem relação direta com o agendamento, pois os jornais acabam por falar de temas que interessam à elite, através da própria elite, moldando a construção de significado para toda a população.

Virgínia Fontes vai mais longe ao definir a intelectualidade. Segundo ela, os intelectuais são aqueles que não só escrevem, mas que determinam o que os outros

devem escrever. São eles também que concentram a produção e apreensão de conhecimento, portanto, é a eles principalmente que a mídia se dirige. A mídia formaliza o pensamento dos intelectuais, que por sua vez estão inseridos na classe dominante e, dessa forma, se fortalece o discurso de dominação. “A grande mídia conserva a função social de consolidar a coesão do conjunto dos subalternos. Porém os intelectuais organizadores, aqueles que definem as pautas que os jornalistas deverão redigir sem se dar conta de que estão sendo pautados, nem sempre estão imediatamente visíveis” (FONTES, 2008:150).

Antecipando a abordagem de que trataremos no capítulo seguinte, verificamos em nossa análise que fontes diretas, ou seja, que são citadas nas matérias, mais comuns são vereadores, profissionais da área de segurança (em especial, delegacias), secretários do governo, prefeito, deputados estaduais, representantes oficiais de categoria e especialistas (estes, basicamente quando o assunto é de caráter científico). Institutos de pesquisa também fundamentam as matérias, mas muitas vezes são referidos como fontes utilizadas por vereadores e deputados. Moradores da área de que tratam as matérias e a população em geral são utilizados pelos jornais para reafirmar a visão apresentada nos textos jornalísticos. Normalmente não trazem novos argumentos ou posições, mas embasam aqueles já apresentados pelo encadeamento textual e fontes oficiais antes citadas. “A voz do povo” funciona assim para legitimar o clima de medo e tensão principalmente, mas importa-nos agora dizer que esse tipo de fonte legitima a abordagem temática do jornal.

#### 4 OS TEMAS NA PRÁTICA — LEVANTAMENTO

Vimos que os estudos sobre a produção de notícias começou por uma análise microsociológica, a partir das decisões do profissional, para formulações mais amplas, sobre a construção de realidade pelos meios de comunicação e, assim, para o modo como a sociedade recebe essas informações. Tentaremos mostrar através de nosso levantamento sobre as notícias veiculadas na Editoria Rio do jornal *O Globo* como se constrói a imagem da cidade do Rio de Janeiro e de que modo os temas são limitados e rotineiros. Procuraremos abordar questões que foram deixadas de lado e ver como foi feita essa seleção.

Selecionamos dois meses de publicação da editoria, entre os dias 09 de setembro e o dia 09 de novembro de 2008, para delimitar o espaço temporal de nosso objeto de pesquisa. Para aprofundar ainda mais nossa análise, escolhemos a semana de 06 a 12 de outubro como exemplar do funcionamento da editoria. Pudemos rapidamente perceber que a publicação de notícias sobre segurança/violência são as mais frequentes, seguidas por transportes e, depois, suítes<sup>3</sup> de processos judiciais, como a briga na entrada da boate Baronetti, o propinoduto e o caso da família Jerominho e a Liga da Justiça.

A Editoria Rio do jornal *O Globo* integra o primeiro caderno do jornal, que junto com o Segundo Caderno e as Editorias Economia, Mundo e Esportes — que de fato compõem o segundo caderno —, constituem o jornal diário. De acordo com o dia, outros cadernos e editorias estruturam o jornal *O Globo*. O período que pesquisamos completou um total de 62 dias, tendo começado numa terça-feira e terminado num domingo. Em nossa contagem total de matérias, não consideramos as notas da coluna do Ancelmo Gois, charges, boxes de opinião do jornal e a seção de meteorologia. Ainda que analisemos dentro do contexto de temáticas, não faria sentido uma contagem de cada um desses elementos como matéria, pois acreditamos que isso daria uma noção equivocada em termos de estatística e abordagem. Obviamente, também não contamos com a publicidade (apesar de salientar que um espaço bastante generoso lhe é oferecido) e com a seção de obituário, a menos que se tratasse de matéria jornalística especial. Estabelecemos que a seção “A cara da morte” como apenas um elemento, mesmo que se falasse de mais de um caso de homicídio ou violência.

O período de análise correspondeu ao período eleitoral, quando eram decididos os próximos prefeito e vereadores das cidades. Entretanto, a maior parte da cobertura

---

<sup>3</sup> Continuação; desdobramento de uma notícia publicada anteriormente em nova ou novas notícias.

realizada pelo jornal foi apresentada na Editoria País, de modo que nossa pesquisa pouco extraiu sobre a temática, se comparado com o que se falou do assunto. Consideramos isso um ponto positivo, pois pudemos analisar o jornal no seu dia-a-dia, sem ficarmos presos por um evento específico, o que restringiria nossa abordagem em relação ao interesse principal: a temática das pautas.

Contabilizamos um total de 1192 matérias, como se pode ver na tabela abaixo.

**Tabela 1**  
Quantidade de matérias publicadas por dia

Dias da semana	Quantidade de matérias
segunda-feira	114
terça-feira	168
quarta-feira	193
quinta-feira	191
sexta-feira	197
sábado	197
domingo	132
Total	1192

Dividimos as matérias em grandes grupos temáticos: 1) Cidade — onde incluímos temas cotidianos, manifestações, assuntos que alteram a rotina da população; 2) Transportes; 3) Ações governamentais — projetos de instâncias governamentais e assuntos afins; 4) Crimes — qualquer prática ilícita, incluindo aí ações do tráfico de drogas, assassinatos e corrupções; 5) Polícia — matérias que tenham a polícia como personagem principal; 6) Prisão/Processos judiciais — matérias que tratem de prisão de acusados, que tenham como cenário penitenciárias ou que tratem de processos judiciais em andamento; 7) Saúde; 8) Educação; 9) Meio ambiente; 10) Cultura; 11) Excentricidades.

Dessa forma, conseguimos englobar os conteúdos das matérias de forma genérica, mas analisar separadamente como se dá a abordagem temática. Além disso, analisamos a frequência de cada tema comparativamente, permitindo que fossem identificados os temas mais relevantes para a grande mídia. Vimos assim que tipo de

construção da realidade do Rio de Janeiro o jornal de maior circulação na cidade pretende ser responsável.

As matérias sobre segurança (talvez melhor seria a falta dela) são as mais veiculadas. Se englobarmos em um grupo maior assuntos que tratam de morte, polícia, prisão, milícia e tráfico (é claro que estamos fazendo uma simplificação, mas esses temas acabam de fato trazendo os mesmos assuntos e criando a significação de cidade violenta que vemos ser veiculada nos jornais e construída no imaginário popular), teremos a maior parcela das matérias dessa editoria. Essas matérias compõem cerca de 35% de tudo o que é publicado na Editoria Rio. Há um esforço bastante grande dos jornalistas em reforçar a imagem do Rio de Janeiro de uma cidade em guerra, dividida entre o morro e o asfalto. No caso do jornal *O Globo* isso é bastante evidente quando observamos a escolha dos temas para as grandes reportagens. Além disso, pudemos verificar que o tema segurança está sempre em pauta, não houve dia em que não fosse mencionado. São recorrentes matérias que abordem tiroteios entre policiais e traficantes e entre os traficantes de facções diferentes dentro do cenário da favela. Quando se fala da violência em regiões mais privilegiadas financeiramente, é comum uma abordagem que trate da prevenção dos moradores, como segurança privada, carro blindado etc. Comum também é apresentar casos de tentativas de assalto nas vias públicas, arrastões consecutivos nas mesmas áreas (avenida Brasil e Linha Vermelha, por exemplo), mostrando sempre que as tentativas de reação por parte do agredido não são boas soluções. A favela, com exceção de matérias especiais ou séries<sup>4</sup> como “Favela S/A”, ainda é retratada como pólo irradiador de violência e espaço separado da cidade civilizada, onde o Estado atua de alguma maneira. Casos de assaltos, assassinatos e seqüestros que tenham ocorrido nas proximidades de alguma favela são noticiados dando-se ênfase a essa proximidade. Isso não ocorre em outras localidades, quer dizer, procura-se sempre delimitar o local do evento, mas o destaque da notícia não necessariamente está relacionado ao local, como vimos ocorrer na favela. Na semana escolhida como exemplar, todas as citações do termo “favela” se encontravam em matérias que tinham como mote a violência e o tráfico, com exceção de uma, que tratava de inclusão digital.

A seção “A cara da morte” merece destaque. Não se trata de uma das séries do jornal, tal como “Favela S/A” ou “Illegal e daí?”, que têm um período consecutivo de

---

<sup>4</sup> Seqüência de matérias sobre um tema específico que segue uma única identidade visual. Normalmente, a série dura um tempo determinado.

veiculação sobre determinado tema ou situação. Essa seção, que começou em janeiro de 2008, se caracteriza por ser apenas um pequeno box, como uma nota da redação, que divulga a morte de alguma (ou algumas) pessoa ou a descoberta de partes do corpo humano em locais públicos. São indicações sucintas, às vezes nem constando do nome da pessoa: “**Ricardo da Silva Ribeiro** — O PM foi morto por dois homens na Ilha do Governador. / **Sem identificação** — Duas cabeças e duas mãos de homens pardos foram encontrados no bairro Sany, em Mangaratiba.” (Jornal *O Globo*, Editoria Rio, 20/09/08). Ou seja, não há contextualização, busca por entrelaçamento com outros elementos e fatos. A intenção é apenas publicar que pessoas foram assassinadas. “A cara da morte” sai regularmente, é uma publicação praticamente diária. Acreditamos ser esta uma forma sutil, mas veemente, de construir um imaginário de violência constante, de espetacularização de uma situação que é séria no Rio de Janeiro e que requer medidas enérgicas e ao mesmo tempo cautelosas. Sem embasar a publicação com uma apuração adequada, o jornal apenas choca, mas não traz à luz nenhum elemento novo. A única ocorrência que transgrediu os moldes dessa seção foi no dia 1º de outubro, quando foi publicada uma reportagem sobre a rotina do Instituto Médico Legal (IML). Apesar de se tratar de uma reportagem, para a qual os repórteres ficaram um dia inteiro no Instituto, a construção de sentido é a mesma. Fora alguns dados estatísticos e informações sobre o novo edifício que está sendo construído para ser sede do IML, o conteúdo da matéria se baseia nos relatos de pessoas que vão em busca de familiares desaparecidos. Com isso, choca, emociona e, mais uma vez, cai na questão da violência.

Além disso, essa reportagem confirma o que falamos anteriormente em relação ao uso do povo como fonte para legitimar o posicionamento do jornal. Nesse caso, as fontes são pessoas desesperadas que choram pelo desaparecimento de parentes, pelo reconhecimento de um corpo vitimado pela ação de bandidos ou da polícia. Ou seja, como a violência está no cotidiano da cidade do Rio de Janeiro e a sociedade sofre com a ineficiência do Governo.

A polícia é frequentemente citada, seja como protagonista, como quando a matéria fala de envolvimento de policiais em práticas ilícitas, ou participante, como é o caso de policiais vítimas de assaltos ou da troca de tiros. Essa recorrência nos parece confirmar a construção da imagem de um Rio de Janeiro não apenas violento, mas violento por carecer de uma polícia bem equipada e impassível de corrupção. A página 22 do dia 20 de setembro nos parece exemplar. Ela é dedicada inteiramente à veiculação de assassinatos de profissionais do ramo da segurança, principalmente soldados e



policiais, após assalto ou por causas ainda a serem investigadas. Na página seguinte, todas as três matérias também tratam da polícia, mas duas falam sobre exoneração de policiais por roubo e participação em milícia. Essas páginas são complementares fisicamente, formam uma página inteira quando abertas, e tematicamente, pois tratam da polícia como vítima, de um lado, e como protagonista de ilícito, de outro.

Um recurso bastante utilizado nessa editoria é abordar algumas questões à exaustão. Isso, além de aproximar o leitor ao assunto, facilita a produção, uma vez que parte da apuração já está pronta. É o que Wolf coloca como “acumulação” da mídia (WOLF, 2005). Essa é uma das três características da mídia que, para ele, auxiliam na construção de sentido sobre a realidade social. Especificamente a acumulação diz respeito a como a mídia consegue repetir certos temas, mantendo sempre a atenção do público. Diz o autor:

O conceito de acumulação refere-se ao fato de que a capacidade da mídia de criar e sustentar a relevância de um tema é o resultado total (obtido após um certo tempo) do modo como funciona a cobertura informativa no sistema de comunicações de massa. Não efeitos pontuais, mas conseqüências ligadas à repetitividade da produção de comunicação de massa.” (WOLF, 2005:142)

É dessa maneira que as suítes de casos judiciais são freqüentemente encontradas nessa editoria. O caso “Baronetti”, por exemplo, em que um jovem morreu durante uma briga na saída da boate Baronetti, em Ipanema, por um tiro de um segurança particular (o rapaz fazia esse trabalho durante as folgas do seu emprego regular como policial; veja como a polícia volta indiretamente a ser tema), foi acompanhado por esse meio de comunicação em cada etapa da investigação. Um dia, a matéria era sobre o laudo que a família da vítima solicitou a um técnico; no outro, era sobre os depoimentos dos amigos dos envolvidos na briga; em seguida, sobre o depoimento do rapaz que estava acompanhado do segurança; depois ainda pudemos saber pelo jornal que o segurança, que é também policial, seria julgado por júri popular. Até, é claro, o resultado, quando o júri deu seu veredicto, inocentando o segurança por acreditar que o tiro foi disparado sem intenção no decorrer da briga. Mas, ainda faltava uma matéria: a reação da mãe da vítima e a sua declaração sobre o resultado, em que dizia que iria recorrer. A história estava completa. Exaustivamente completa. E a relevância? Ora, era um jovem saudável da zona sul carioca que saíra para se divertir com os amigos, mas que acabou

tragicamente morto. Graças a uma briga que envolvia o filho de uma juíza renomada e que, por isso, não saía sem o seu segurança particular. De fato, aí estão todos os elementos que tornam esse evento noticiável: os personagens são integrantes da elite da cidade; estavam em local freqüentado por essa elite e que já é conhecido por toda cidade por conta de casos anteriores de brigas e discussões; toca na questão da violência e na crise do sistema de segurança da cidade, pois um dos jovens tem seu próprio segurança, que faz esse serviço durante suas folgas como policial militar, para completar o salário; tudo aconteceu por conta de uma briga — mais uma vez a violência —, acontecimento que sempre desperta interesse; e, claro, o espetáculo da tragédia: um jovem morreu.

A segunda temática mais abordada na Editoria Rio é a questão dos transportes e vias públicas. Apesar de, em geral, serem matérias menores, sua ocorrência é quase diária. Muitas das matérias têm a função de informar sobre vias interditadas por obras, engarrafamentos crônicos (como em Botafogo durante o horário de saída das escolas) e problemas pontuais no funcionamento do metrô. Paralelo a isso, são bastante freqüentes, é claro, matérias sobre a violência nas ruas do Rio de Janeiro. É nesse sentido que temas como arrastões na ponte Rio-Niterói, a implantação do “termômetro de mortes” na Ilha do Fundão, o decreto que determina o desligamento de pardais em áreas com alto índice de assaltos durante a noite foram abordados não apenas uma vez ao longo do período estudado. São essas matérias que de fato conseguem abranger um raio maior do Grande Rio, citando vez ou outra até municípios mais distantes da capital.

Acreditamos que isso ocorre primordialmente por ser uma temática mais cotidiana, mais factual, em poucos casos houve uma abordagem mais analítica da situação do trânsito na cidade. Essa abordagem cotidiana seria uma aproximação do que chamamos de serviço, em que o jornal divulga algum evento voltado para atender a população, uma atuação prática de assistência para a qual o jornal dá apoio e incentiva a participação. Ao divulgar áreas de trânsito intenso, ou que o novo bilhete do metrô é criticado pelos usuários, o jornal faz o papel de “amigo do povo”, dando-lhe voz e ajudando-o na circulação da cidade.

Ainda que sejam geralmente matérias menores, observamos que uma das reportagens de primeira capa do período selecionado dizia respeito aos transportes alternativos e é bastante interessante sobre alguns aspectos. O principal deles é que bate de frente com a primeira teoria de que falamos, a teoria do espelho. O título da reportagem é mais do que sugestivo: “O atrevimento dos ilegais”. O assunto é a manifestação que donos de vans fizeram contra a fiscalização do Departamento de

Transportes Rodoviários (Detro). A única abordagem do ponto de vista desses proprietários foi indireta e rapidamente negada como inverdade. No entanto, o secretário estadual de transportes e o presidente do Detro tiveram suas falas transcritas de modo direto, o que dá mais contundência e legitimidade. Não há como dizer que nessa publicação contenta-se o conceito de neutralidade. Nesse caso, não estamos falando de um repórter desinteressado, mas de uma conformidade com a linha editorial e uma editorialização do assunto abordado.

Nossa análise verificou que o meio de comunicação veicula mais notícias sobre a zona sul, em especial Copacabana, se comparadas a qualquer área da cidade. Tanto mais em relação a outras cidades do estado. Sem dúvida, a proximidade aos círculos de poder é um dos critérios utilizados por esse veículo. Cidades do interior ou do litoral do estado são mencionados quando a) há grande polêmica sobre alguma decisão do governo local (construção de banheiro público em Angra dos Reis, por exemplo); b) algo de valor para os detentores do saber, a dizer, intelectuais e cientistas, é descoberto (sítio arqueológico de Búzios); e c) o evento tem relação com a metrópole (trem-bala entre Rio e São Paulo). Se o dia-a-dia da cidade do Rio de Janeiro é abordado diariamente — ainda que por temas recorrentes —, no caso de municípios do seu entorno, pouco se menciona. Aos leitores dessas áreas que procuram matérias concernentes ao seu cotidiano, restam os cadernos especiais, que são semanais e trazem matérias “frias”. Ao longo do período selecionado, poderíamos fazer pequenas (dizemos pequenas, na verdade, porque não contradiz nossa análise, apenas foram mencionadas a despeito dos critérios citados) exceções: Niterói e a ilha de Paquetá. Entretanto, as matérias de que falamos tiveram como tema a difusão do modelo de violência que vigora na capital do estado. Ou seja, os eventos nessas áreas tornaram-se noticiáveis porque se assemelhavam ao que já é normalmente publicado e conhecido pelo leitor, porque já fazem parte do seu conjunto de signos e valores.

Compreende-se também que esse jornal objetiva atingir principalmente as classes média e alta da cidade, conforme explicitou Virginia Fontes sobre a construção da intelectualidade e apreensão do conhecimento. Dessa forma, na semana que tomamos como exemplar (06 a 12 de outubro de 2008), acidentes com automóveis e trânsito confuso em dia de eleição são publicados dados sua proximidade com essa camada da sociedade, ou seja, na zona sul e Barra da Tijuca.

Educação e saúde são temas de baixa relevância na Editoria Rio. Apesar do tema meio ambiente ser o de menor incidência, este foi assunto para grandes reportagens e

suítes, principalmente por conta do projeto de lei que modifica a área de preservação ambiental no Itanhangá, ou seja, por conta de um assunto polêmico para moradores da região. Sobre a educação, as matérias são em geral pequenas, não ocupam espaço considerado importante no jornal (encontram-se em pés de página, no final do caderno) e tratam de aspectos pontuais. Quando a referência era universidade, a matéria tratou de manifestações — no caso, de pouca repercussão — de estudantes e informações sobre inscrição para as provas de vestibular de universidades públicas. Ao que parece, a universidade é de interesse da sociedade quando sob a forma de citações de nomes de referência, ou seja, para embasar determinado relato, mas não quando instituição integrada à sociedade, com assuntos e eventos dos quais participam. A educação também é assunto quando a abordagem é mais leve e inusitada, como a matéria que mostrava o ônibus de escolas da prefeitura que tinha inscrições com erros de português (nesse caso, o gancho inclusive não era a escola, mas o manual de posturas lançado pela prefeitura, este incluído por nós no grupo Cidade).

Um outro critério pôde influenciar a publicação de matéria sobre educação: o efeito comparativo em relação a outros veículos. Nesse caso, estamos falando da matéria publicada no dia 06 de outubro que abordou a demissão de um professor de português de uma escola particular por ter um blog em que publicava poemas eróticos de sua autoria — vale lembrar que a escola não se pronunciou sobre a demissão, a justificativa partiu do relato do professor. O caso ocorreu no Rio de Janeiro, em uma escola da Gávea de renome e conhecida por ser uma das escolhas preferidas de artistas para educação dos seus filhos. Em conversa informal com um dos jornalistas do *O Globo*, soubemos que essa demissão, que gerou revolta em colegas do professor e ex-alunos, era de conhecimento do jornal, mas não houve interesse em apurá-la. Entretanto, o jornal *Folha de S. Paulo* publicou matéria sobre o caso, e *O Globo* se viu na obrigação de produzir o seu próprio relato (não deixando de assumir que o concorrente saiu na frente). Ou seja, o assunto se tornou “pautável” porque outro veículo (de mesmo porte, é importante lembrar) o tratou como notícia. Para garantir a relevância do assunto e a seriedade depositada, a matéria ocupou uma página inteira, com opiniões de personalidades do meio literário, como o membro da Academia Brasileira de Letras Arnaldo Niskier, e uma outra matéria foi publicada no dia seguinte, tratando da possibilidade de processo judicial contra o colégio (a título de curiosidade, recurso negado pelo professor).

O tema saúde é mais recorrente que o da educação, mas a variedade sobre esse tema é pequena. Matérias que tratam da ameaça de uma epidemia da dengue tem grande valor para o jornal, principalmente quando a abordagem gira em torno dos erros do Governo em prevenir e utilizar adequadamente os gastos (nesse momento, por exemplo, o especialista da universidade entra em cena, como uma voz de autoridade). Matérias sobre a precariedade do sistema público também são comuns, mas pouco se analisou o sistema em si, preferindo o destaque a um evento factual que deflagra suas falhas. Um exemplo seria a matéria que denunciou quatro médicos por faltarem o plantão no Hospital Geral de Bonsucesso e a repercussão do caso. Da denúncia a críticas do governador aos médicos faltosos, resposta do sindicato dos médicos do Rio de Janeiro e Conselho regional, passando a novas críticas do governador e nova reação das instituições de categoria. Não houve matéria que tratasse de outros casos na rede de hospitais públicos, tampouco analisasse por que esses médicos trabalhavam com contrato expirado (segundo alegação dos próprios) e quais são as consequências da contratação por cooperativas paralela aos concursos públicos.

Como o jornal possui uma editoria específica destinada à cultura, o Segundo Caderno, justifica-se a baixa incidência de matérias sobre o assunto. Em geral, essa temática é abordada na Editoria Rio quando se trata de algum evento ocorrido em locais públicos da cidade e de interesse geral, como a manifestação na praia de Copacabana em prol da liberdade religiosa ou o show beneficente da cantora Maria Bethania. Essas matérias normalmente entram na pauta para dar corpo às publicações de dias mais “parados”, como domingo e segunda-feira. Elas se associam em função às matérias de balanceamento, que são apresentadas basicamente no grupo a seguir.

E, finalmente, há as excentricidades. Estas contemplam as matérias que dão mais leveza ao jornal, que trazem amenidades ou que choquem pelo distanciamento do bom senso e senso comum. Incluímos nessa categoria a coluna do Ancelmo Gois, que, além de dialogar com os poderes públicos instituídos, traz temas inusitados e utiliza uma forma bem humorada de tratar de algumas questões. Sobre essa coluna, é interessante notar como ela também trabalha como pauta. Ao indicar assuntos dos mais variados, de forma simples e sucinta, o jornalista acaba por sugerir argumentos interessantes para a produção de matérias futuras. Verificamos isso de forma direta, quando os jornalistas indicam a referência em suas matérias (algo como: conforme noticiado no Ancelmo Gois de ontem...). É uma forma que o jornal tem de construir a noticiabilidade junto ao

público, já que, havendo respostas entusiasmadas do leitor sobre algo levantado por Ancelmo Gois, as chances do assunto virar pauta para uma matéria aumentam.

A publicação do dia 07 de outubro mostra com clareza essa elaboração da editoria pelo balanceamento e por matérias que lhe dão corpo. Das 19 matérias publicadas, pelo menos 7 fazem parte desse grupo. Nele, incluímos o aniversário do leão Dengo no zoológico de Niterói e a demissão do presidente da Funarte. O primeiro evento corresponde ao critério de amenidades, pois não traz qualquer relevância para o cotidiano da população, mas é uma distração final ao leitor. Equilibra (conforme o critério de balanceamento) com, por exemplo, a reportagem principal do dia, que trata da violência doméstica contra as mulheres. O segundo evento diz respeito a uma instituição federal e traz conseqüências para todo o país, nos fazendo portanto questionar a sua inserção na Editoria Rio. No entanto, essa, como a matéria sobre a compra de bafômetros pelo Governo Federal, incrementa a editoria, que provavelmente teve um expediente tranqüilo na referida terça-feira (domingo, segunda e terça têm geralmente publicações mais amenas, que abordam temas mais abrangentes e “frios”).

Verificamos assim que a Editoria Rio responde pela linha editorial que constrói a significação de violência constante no Rio de Janeiro, através da publicação diária de acontecimentos ligados ao tráfico e à polícia. Por essa linha editorial ainda é associada a violência ao sistema deficiente corrompido de segurança, de forma que a saída apresentada pelas matérias publicadas é sempre o policiamento e a repressão das práticas ilícitas, mesmo que venha do próprio corpo policial.

A reportagem “O cobertor curto da segurança”, do dia 05 de outubro, além de reafirmar esse posicionamento, traz à tona outro aspecto importante ao tratar do orçamento do setor de segurança para 2009: o entendimento de que o dinheiro usado nessa área é um gasto. Essa visão corresponde ao pensamento neo-liberal de que todas as instâncias econômicas devem ser geridas em função do lucro. Esquece-se nesse momento que os direitos básicos do cidadão devem ser garantidos e que, dessa forma, não se gasta com saúde, segurança e educação, mas se investe. E o mais importante é que esse investimento não retornará necessária e diretamente pelo monetário, mas em qualidade de vida dos cidadãos (em verdade, essas garantias de condições básicas acabam por gerar retorno financeiro a posteriori). Mas não mais entrando em questões políticas, o que se percebe também com essa matéria é a reafirmação dos valores ideológicos instituídos, pois o texto da matéria, que analisa quanto se gastou e se

pretende gastar em segurança no Rio e outros estados, é permeado pelos conceitos do neo-liberalismo orientado pelos grupos empresariais.

Observamos que os valores-notícia mencionados nas pesquisas sobre o *newsmaking* são considerados na elaboração de pauta do jornal O Globo, em especial a proximidade com os pólos de poder e intelectualidade do Rio de Janeiro e a conformidade com a linha editorial e o processo de trabalho interno. A rotina e a programação de coberturas permitiram uma regularidade temática e conteudística, já que se seguiram um tamanho e uma organização relativamente periódicos.

## 5 CONCLUSÃO

Acreditamos que por ser a palavra o maior símbolo de ideologia e representação da interpretação, em consonância com o pensamento de Bakhtin, os conceitos de neutralidade e determinismo não podem ser incluídos no fazer jornalístico. A realidade é também construída com essa prática, com a produção de discursos, com a interpelação do interlocutor, com a sugestão de temas e abordagens. Para tanto, não cabe considerar isenção por parte do jornalista, pois, além de impossível por natureza funcional, seria desresponsabilização, esvaziamento da sua autoridade como autor de um discurso, de uma idéia. Ao jornalista cabe o relato, a busca pela pluralidade de idéias e visões, a produção de textos com informações integrais e fundamentadas. Mas nada disso o separa da sua responsabilidade e da sua subjetividade. E a primeira demarcação desses dois conceitos é a escolha do que é notícia.

Vimos que a escolha da pauta ocorre quase naturalmente, os jornalistas, imersos em seu cotidiano e, ao mesmo tempo, atentos ao cerceamento ideológico sob a veste da linha editorial, levantam assuntos de pauta a partir de critérios tão internalizados que nem se dão conta da vastidão de assuntos ignorados pela mídia da qual fazem parte. A pressão da rotina aliada a uma suposta compreensão do que o leitor quer ler (dizemos suposta porque não há sustentação desse saber, e muitas vezes nem interesse) e da busca por aceitação entre os seus pares faz com que o jornalista não busque por novas abordagens. Ignorar o interesse do leitor e ainda pretender-se atender a uma variedade de interesses e formas de apreensão promovem uma evasão de conteúdo bastante conveniente para muitos jornalistas.

Conclui-se assim que se considera notícia aquilo que os meios de comunicação consideram notícia, tanto por serem os mesmos critérios para os outros meios, quanto por se construir o conceito de notícia a partir da decisão do que deve ser levado a público.

Entretanto, observamos também que há um alargamento dos critérios que definem os valores-notícia, e muitos temas que antes não virariam notícia hoje pode ser levados em consideração. Uma das argumentações para esse aspecto pode se basear no fato de que vivemos uma fragmentação, ou apenas segmentação, da luta política. O que antes era fundamentado na união geral da sociedade em nome de uma ideologia em comum hoje se encontra fragmentado em grupos de interesse. Não queremos aqui comparar os valores de cada tendência, mas propor que essa segmentação levanta



questões de interesse da sociedade diferenciadas, específicas a cada grupo, o que pode favorecer a maior pluralização temática.

Ainda assim, vimos como o jornalismo ainda se baseia no “mais do mesmo”. Há muitos temas não abordados, ignorando-se o interesse de grupos sociais não minoritários, ao contrário, de grande importância para o desenvolvimento humano e econômico da sociedade brasileira. A grande mídia aborda exaustivamente a questão da segurança e da falta de preparo da polícia carioca com o mesmo enfoque dia após dia. A grande mídia fundamenta seu posicionamento na polícia, esquecendo-se que faltam prioritariamente condições básicas de educação e saúde, e que esses, sim, são as chaves potenciais para a diminuição da violência. Além disso, assuntos factuais de serviços e transporte são priorizados em detrimento à análise estruturais de problemas em áreas de interesse público.

É interessante notar que quanto mais as pessoas são expostas a um assunto, mais elas querem saber sobre ele. Pesquisas que avaliam o efeito da comunicação de massa — com toques de psicologismo, como a teoria hipodérmica com seu behaviorismo — indicam que as pessoas se concentram nas informações sobre assuntos já conhecidos antes de deter a atenção a questões que ainda ignoram. Nessa mesma linha, Wolf destaca que um dos elementos da comunicação de massa é o que ele chama de “consonância”. Segundo esse autor, os traços comuns e semelhantes tendem a ser mais numerosos do que as diferenças ao longo da cadeia de produção da informação. Isso conduz a mensagens e conteúdos significativamente próximos, senão idênticos. Esses aspectos vão ao encontro da repetição temática que vimos ao longo desse trabalho.

Acreditamos por fim que a comunicação de massa é ainda muito restrita em termos de abordagem e tematização. O interesse em atingir apenas as camadas mais intelectualizadas da sociedade acaba por restringir o acesso ao conteúdo produzido e reduzir a pluralidade de vozes com o mesmo peso nas matérias jornalísticas. Construir um jornal que atenda aos requisitos empresariais, às trocas capitalistas e à democratização social talvez seja tarefa ideal, mas pouco realizável nas estruturas que se encontram hoje os meios de comunicação de massa, já que o vínculo capitalista é muito mais forte do que outros aspectos quando se fala em produção de notícias. Dessa maneira, acreditamos que apenas com uma atenção maior à democratização da palavra é que se possa pluralizar e abranger de forma contundente e profunda mais temas na grande mídia brasileira.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAKHTIN, Mikail. *Marxismo e filosofia da linguagem*. Editora Hucitec. São Paulo, 1992, 6º ed.
- DEFLEUR, Melvin, BALL-ROKEACH, Sandra. *Teorias da comunicação de massa*. Jorge Zahar editor. Rio de Janeiro, 1997.
- FALLOWS, James. *Detonando a notícia — como a mídia corrói a democracia americana*. Civilização brasileira. Rio de Janeiro, 1996.
- FONTES, Virginia. “*Intelectuais e a mídia — quem dita a pauta?*”. In: COUTINHO, Eduardo Granja (org.). *Comunicação e contra-hegemonia*. Editora da UFRJ. Rio de Janeiro, 2008.
- GARCIA, Luiz (org.). *O Globo - Manual de Redação e Estilo*. Editora Globo. São Paulo, 1998, 25º ed.
- \_\_\_\_\_. *O mundo, esse lírio*. Nova Aguilar. Rio de Janeiro, 2000.
- HOHLFELDT, Antonio, MARTINO, Luiz e FRANÇA, Vera Veiga (org.). *Teorias da comunicação — Conceitos escolas e tendências*. Editora Vozes. Petrópolis, 2001, 8º ed.
- KOTSCHO, Ricardo. *A prática da reportagem*. Editora Ática, São Paulo, 2004.
- KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo*. Edusp. São Paulo, 2001.
- LAGE, Nilson. *Estrutura da notícia*. Editora Ática. São Paulo, 2004.
- \_\_\_\_\_. *Linguagem jornalística*. Editora Ática. São Paulo, 2004.
- LETRIA, Joaquim. *A verdade confiscada*. Editorial Notícias. Lisboa, 1998.
- MARTINS, Eduardo (org.). *Manual de redação e estilo — O Estado de S. Paulo*. O Estado de S. Paulo. São Paulo, 1990.
- MEDINA, Cremilda de Araújo. *Entrevista — o diálogo possível*. Editora Ática. São Paulo, 2004.
- MORAES, Dênis de. “*Comunicação alternativa em rede e difusão contra-hegemônica*”. In: COUTINHO, Eduardo Granja (org.). *Comunicação e contra-hegemonia*. Editora da UFRJ. Rio de Janeiro, 2008.
- PENA, Felipe. *Teoria do jornalismo*. Editora Contexto. São Paulo, 2005
- SONTAG, Susan. *Sobre fotografia*. Cia. das Letras. São Paulo, 2004.
- TRAQUINA, Nelson. *História das teorias da comunicação*. Unisinos. Lisboa, 2001.
- TRAVANCAS, Isabel. *O mundo dos jornalistas*. Summus editorial. São Paulo, 1993.
- WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. Martins Fontes. São Paulo, 2005, 2º ed.
- VIZEU, Alfredo. *Decidindo o que é notícia*. Edipucrs. Porto Alegre, 2005, 4º ed.

- Sítios visitados:

- [http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual\\_producao\\_p.htm](http://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/manual_producao_p.htm) - Data de acesso: 08/11/08

<http://www.jornalistasdawe.com.br/index.php?pag=displayConteudo&idConteudo=23>

25 – Data de acesso: 08/11/08